

**Reagieren Sie flexibel auf die Wünsche Ihrer anspruchvollsten Konsumenten
– mit On Demand Lösungen von IBM**



Inhalt

- 2 *Unternehmenserfolg in unsicheren Zeiten***
- 2 *Das sich ändernde Verbraucherumfeld bringt neue Herausforderungen mit sich***
- 2 *Verhalten der Einzelhändler und Globalisierung schaffen weitere Probleme***
- 3 *Engpässe können Symptome versteckter Probleme sein***
- 3 *Die IBM Lösung: On Demand Business***
- 4 *Ein On Demand Business benötigt eine On Demand Betriebsumgebung***
- 5 *Die Imperative, mit denen sich die Konsumartikelbranche heute auseinandersetzen muss***
- 5 *Was ist IBM Middleware?***
- 6 *IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel ermöglichen die Bewältigung von Branchenherausforderungen***
- 7 *IBM bietet eine echte End-to-End-Lösung***
- 7 *Komponenten von IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel***
- 8 *IBM Business Partner verbessern Lösungen für den Konsumartikelbereich***
- 8 *Erfolg auf Basis von IBM Technologie und Know-how***
- 8 *Weitere Informationen***

Unternehmenserfolg in unsicheren Zeiten

Heute steckt die Konsumartikelbranche mitten in pauschalen und weit reichenden Veränderungen. Die Marktkräfte, denen die Hersteller von Konsumartikeln ausgesetzt sind, werden immer gravierender, beeinflusst vom schnellen Tempo der Veränderungen innerhalb des Marktes. Vormals verlässliche Geschäftspraktiken und Indikatoren treffen nicht mehr den Kontext und verlieren an Bedeutung. Einzelhändler wollen mehr Services und Flexibilität – und sie wollen dies schneller. Der Konkurrenz einen Schritt voraus zu bleiben, ist heute eine größere Herausforderung denn je.

Das sich ändernde Verbraucherumfeld bringt neue Herausforderungen mit sich

Gleichzeitig ändert sich das Verbraucherumfeld. Selbst die Definition von "Verbraucher" ist vage geworden. Es gibt keinen "durchschnittlichen" Verbraucher mehr, weil die Verbraucherdemografie nicht vor Kulturen, Alter, ethnischer Zugehörigkeit und sozioökonomischer Stellung Halt macht. Die Kunden von heute verfügen über mehr Informationen zu den verschiedenen Angeboten am Markt, und sie wissen genauer, was sie wollen. Sie verstehen, was einen guten Kauf ausmacht, wie sich ein Produkt im Vergleich zu Konkurrenzprodukten darstellt und wo es das beste Angebot gibt. Durch besseren Zugang zu Produkt- und Preisinformationen über mehrere Informationskanäle hat der Verbraucher heute eine stärkere Stellung, und er ist schwieriger zufrieden zu stellen. Treue Kunden sind vom Aussterben bedroht.

Kaufgewohnheiten sind unvorhersehbar geworden. Die Produktidentität beschränkt sich auf die Extreme "hochwertig" und "billig", so dass alte Einstufungen ihre Gültigkeit verlieren. Die Verbraucher kaufen oft entsprechend einem polarisierten Geschmack – hier die Luxuslimousine und dort die megabillige Küchenrolle. Produkte, die zwischen diesen beiden Extremen liegen, tun sich schwerer damit, beim Kunden einen deutlichen und positiven Eindruck zu hinterlassen.

Verhalten der Einzelhändler und Globalisierung schaffen weitere Probleme

Fusionen und Übernahmen sind bei großen Einzelhändlern keine Seltenheit mehr. Während große Einzelhändler einen Konzentrationsprozess durchleben, müssen sich die Hersteller von Konsumartikeln zunehmend mit der stärkeren Stellung und den Forderungen der Einzelhändler auseinandersetzen.

Die Hersteller von Konsumartikeln müssen mit Einzelhändlern zusammenarbeiten, die an der Spitze von Initiativen wie RFID stehen. Gleichzeitig kämpfen sie gegen die Billigprodukte der Einzelhändler in den Geschäftsregalen an.

Die Hersteller von Konsumartikeln entwickeln im Rekordtempo neue Produkte und bringen sie ebenso schnell auf den Markt, um sich die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Außerdem müssen die Hersteller von Konsumartikeln ihre Marken konsolidieren und unrentable Linien einstellen. Andernfalls riskieren sie, zu wenig Produkte in den beschränkt aufnahmefähigen Regalen platzieren zu können und sich in der Folge mit Lieferengpässen herumschlagen zu müssen. Schließlich hat die Globalisierung zur weltweiten Verbreitung dieser Produktkultur geführt. Unternehmen müssen geopolitische Unterschiede verstehen und in ihren globalen Markenstrategien berücksichtigen.

Engpässe können Symptome versteckter Probleme sein

Unternehmen, die unter solchen Engpässen leiden, können dies als Anzeichen dafür nehmen, dass etwas im Unternehmen aus dem Ruder läuft oder ein oder mehrere Systeme überbeansprucht werden. Beides gefährdet das Unternehmen. Wenn das vorhandene IT-System ohne Berücksichtigung möglicher Engpässe konzipiert wurde und Ihr Unternehmen bessere, wirkungsvollere Kanäle für den Informationsgewinn benötigt, kann es an der Zeit sein, das bisherige IT-System mit den zugehörigen Anwendungen einer eingehenden Prüfung zu unterziehen. So können Sie feststellen,

ob das IT-System und die Anwendungen an Ihren Geschäftsprioritäten ausgerichtet sind. Sie können weiterhin entscheiden, ob beides dazu beiträgt, ihre Wettbewerbsfähigkeit in einem anspruchsvollen und wechselhaften Geschäftsklima zu gewährleisten.

Weitere geschäftliche Auswirkungen für Hersteller von Konsumartikeln:

1. Unmöglichkeit, ein eindrucksvolles Wachstum zu erzielen: Probleme, den Profit zu steigern. Abnehmendes Wachstumspotential. Wenige erfolgreiche Produkteinführungen; 90 Prozent der Produkteinführungen schlagen fehl.
2. Druck durch sinkende Margen: konkurrenzfähige globale Preise für Erzeugnisse. Unternehmen geben mehr aus, um das nächste Spitzenprodukt zu finden und zu entwickeln. Geringe Margen lassen keinen Raum für Fehler.
3. Erhöhte Komplexität der Geschäftstätigkeit: Der Umgang mit multinationalen Unternehmen ist komplex und folgt keinen starren Regeln. Sie können mit Papierdokumenten auf der einen Seite und EDI (Electronic Data Interchange) auf der anderen zu tun haben.

IT-Systeme wurden vormals isoliert entwickelt. Ein System für ein Unternehmen. Aber zu dieser Zeit befanden sich alle Geschäfte in Gebäuden, die Kunden gingen in einem feststehenden Radius um ihr Zuhause auf Schnäppchensuche, um dann direkt vor Ort zu kaufen. Heute werden Geschäfte anonym getätigt – rund um den Globus und rund um die Uhr. Die IT-Infrastruktur ist heute die Voraussetzung für maximale

Effizienz. Sie muss beweglich und reaktionsfähig sein, so dass Ihr Unternehmen schnell auf Veränderungen reagieren kann.

Heute funktioniert das Modell "ein System für ein Unternehmen" nicht mehr – weder für die Entwicklung von Systemen noch für die Pflege von Beziehungen. Die Hersteller von Konsumartikeln müssen mit den Einzelhändlern zusammenarbeiten, um in Partnerschaften Synergieeffekte zu erzielen, von denen alle Partner profitieren.

IBMs Lösung: On Demand Business

IBM hat die Lösung: Machen Sie Ihr Unternehmen zu einem On Demand Business. Ein On Demand Business ist ein Unternehmen, dessen Geschäftsprozesse – durchgängig im gesamten Unternehmen und mit wichtigen Partnern, Lieferanten und Kunden integriert – flexibel und schnell auf Kundenanforderungen, Marktchancen oder -risiken reagieren können.

Ein On Demand Business zu werden, bedeutet Folgendes:

- *Im modernen Lieferanten- und Einzelhändlerökosystem zu reüssieren, wo Veränderungen die Regel sind und Flexibilität ein Muss ist.*
- *Das Geschäft zu automatisieren, um flexibel und schnell auf Veränderungen im jeweiligen Einzelhandelsumfeld reagieren und damit Kosten einsparen und schneller auf Kundenwünsche eingehen zu können.*
- *Den Verkäufern Informationen zu Einzelhändlern, Verbrauchern, Lieferkette und Produkten sowie Optionen auf Knopfdruck zur Verfügung zu stellen, so dass sie jederzeit auf die benötigten Informationen zugreifen können – eine On Demand Infrastruktur.*



- *Mit Handelspartnern zusammenzuarbeiten, um in Echtzeit Produkt- und Absatzinformationen austauschen zu können, was eine bessere Planung und eine Verbesserung der Lieferketteneffizienz ermöglicht.*
- *Reaktionsfähige und hinreichend integrierte Lieferkettenprozesse zu haben, um Verkäufern, sonstigen Mitarbeiter und Einzelhandelspartnern Echtzeitinformationen und Vorschläge bieten zu können, die ihnen ermöglichen, schnell auf Marktänderungen zu reagieren.*
- *Eine zuverlässige Infrastruktur aufzubauen, die Ihre langfristigen Unternehmensziele unterstützt, und zu überprüfen, ob Sie von bereits getätigten IT-Investitionen wirklich profitieren.*

Ein On Demand Business braucht eine On Demand Betriebsumgebung

Eine On Demand Betriebsumgebung ist kein einzelnes Produkt. Keine Marke. Keine Plattform. Nicht einmal eine Architektur. Eine On Demand Betriebsumgebung ist ein Ansatz dazu, Ihrem Unternehmen die geschäftliche Flexibilität und die vereinfachte IT-Infrastruktur zu bieten, die es benötigt, um zu einem On Demand Business zu werden.

Was es bedeutet, ein On Demand Business zu sein

Ein On Demand Business ist:

- **Reaktionsfähig:** in der Lage, schnell auf geänderte Marktbedingungen und den sich entwickelnden Bedarf der Kunden zu reagieren.
- **Widerstandsfähig:** auf unerwartete Änderungen vorbereitet – technologisch, ökonomisch oder politisch –, so dass Ihr Unternehmen unabhängig von den Umständen mit konsistenter Verfügbarkeit, Vertraulichkeit und Sicherheit arbeitet.
- **Variabel:** in der Lage, Ihre Kostenstruktur und Geschäftsprozesse flexibel anzupassen, so dass Sie das Risiko reduzieren und mit hoher Produktivität, Kostenkontrolle, Kapitaleffizienz und finanzieller Vorhersehbarkeit Geschäfte tätigen können.
- **Fokussiert:** konzentriert auf die Kernkompetenzen. Differenzierung von Aufgaben und Ressourcen durch Hinzuziehung nahtlos integrierter strategischer Partnern zur Abwicklung der nicht zum Kerngeschäft zählenden Geschäftsaktivitäten.

In unserer Arbeit mit führenden Kunden haben wir viel darüber erfahren, was nötig ist, um die Art von Infrastruktur aufzubauen, die ein On Demand Business wirklich trägt, statt es zu behindern. Wir wissen, dass in einer On Demand Betriebsumgebung vorhandene Ressourcen genutzt werden müssen. Niemand ist daran interessiert, von Grund auf neu zu beginnen. Stattdessen benötigen Sie einen disziplinierten Ansatz, um aus vorhandenen Ressourcen das zu entwickeln, was Sie benötigen.

Die Konzeption einer On Demand Betriebsumgebung muss auch mit dem Geschäftskonzept übereinstimmen. Für größere Flexibilität Ihres Geschäftskonzepts und zur optimalen Nutzung der Komponenten Ihrer Lösung muss die Infrastruktur von Silos komplexer, überdimensionierter, proprietärer Hardware und Software zu einer auf Standards basierenden Infrastruktur weiterentwickelt werden, in der das Nutzungsvolumen im gesamten Unternehmen

optimiert werden kann.

Die Imperative, mit denen sich die Konsumartikelbranche heute auseinandersetzen muss

Schwierige Geschäftsbedingungen veranlassen Entscheidungsträger in der Branche dazu, sich auf vier wichtige strategische Imperative zu konzentrieren, um Wachstum und Rentabilität zu steigern:

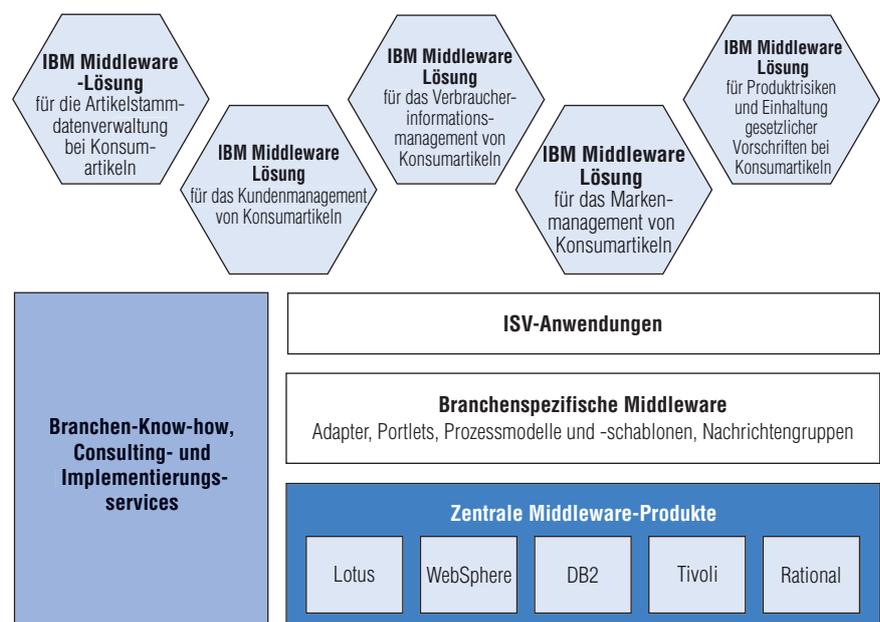
- *Den Innovationsprozess zu analysieren und voranzutreiben*
- *Starke Servicekompetenz zu entwickeln, durch die die Stellung der Produkte im Einzelhandel gestärkt wird*
- *Eine optimale Fertigungs- und Lieferkettenfunktionalität aufzubauen*
- *Das Unternehmen neu auszurichten, um sich auf wichtige Differenzierungsmerkmale zu konzentrieren.*

Was ist IBM Middleware?

Bei IBM Middleware-Lösungen handelt es sich um angepasste Kombinationen aus zentralen IBM Middleware-Bestandteilen und branchenspezifischer Middleware, die Kunden den Aufbau einer On Demand Betriebsumgebung ermöglichen. Dabei wird die Middleware mit Anwendungssoftware aus dem IBM Netz von ISV-Partnern und branchenspezifischen Services gekoppelt.

IBM Middleware besteht aus DB2-, Lotus-, Rational-, Tivoli- und WebSphere-Softwareangeboten. Diese können Sie gesondert oder zusammen verwenden, um Ihre IT-Infrastruktur, einschließlich Kommunikation, Prozessen und Daten, zu automatisieren und zu integrieren.

IBM Middleware hilft Ihnen, die tägliche Transaktionsflut schnell, zuverlässig und sicher zu verarbeiten – selbst in verschiedenen Netzen oder auf unterschiedlichen Plattformen. Sie hilft Ihrem Unternehmen, in der On Demand Welt zu florieren und Ihre Beziehungen zu Partnern, Lieferanten, Einzelhändlern und Verbrauchern zu stärken. IBM Middleware kann Ihnen helfen, bestehende Kunden zu halten und neue hinzuzugewinnen, Einzelhändler zu betreuen, mit ihnen zusammenzuarbeiten und größtmöglichen Nutzen aus IT-Investitionen zu ziehen. Middleware kann Ihnen möglicherweise sogar helfen, Ihre Investitionen in traditionelle Systeme optimal zu nutzen.



Überblick über eine Middleware-Lösung

IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel ermöglichen die Bewältigung von Branchenherausforderungen

IBM bietet branchenspezifische Lösungen an, weil unsere Kunden Lösungen fordern, die auf ihre branchenspezifischen Geschäftsprobleme zugeschnitten sind. Jede der folgenden IBM Middleware-Lösungen ist auf bestimmte Konsumartikelanforderungen ausgelegt und bietet durch eine Kombination aus Software, branchenspezifischen Komponenten, Services und Know-how maßgeschneiderte Vorteile.

IBM Middleware-Lösung für Artikelstammdatenverwaltung bei Konsumartikeln

Vorteile:

- *Bietet konsistente und genaue Produktdaten im gesamten Geschäft und den zugehörigen Prozessen; verringert Fakturierungsfehler und Abzüge; ermöglicht die schnellere Lieferung neuer Produkte an die Einzelhändler; erfüllt Vorgaben wie RFID und globale Datensynchronisierung, einschließlich Artikelsynchronisierung; bildet die Grundlage für ein umfassendes System für Produktinformationsmanagement in der gesamten Wertschöpfungskette.*
- *Unterstützt Artikelnachrichten zwischen den Herstellern von Konsumartikeln und öffentlichen Datenpools, öffentlichen Datenregistern und Einzelhändlern; erhöht die Rechnungsgenauigkeit; verringert Abzüge und Lagerhaltungskosten; optimiert die Verkaufsgeschwindigkeit.*

IBM Middleware-Lösung für das Kundenmanagement von Konsumartikeln

Vorteile:

- *Bietet Ihren Verkäufern die kritischen Informationen, die notwendig sind, um Kunden optimal zu bedienen; entlastet sie in einer rollenbasierten Arbeitsablaufumgebung von zeitraubenden Verwaltungsaufgaben.*
- *Optimiert die Verkaufsproduktivität und gemeinsame Planung.*
- *Bietet rollenbasierte Informationen, die für Verkaufsgespräche erforderlich sind.*

IBM Middleware-Lösung für das Verbraucherinformationsmanagement von Konsumartikeln

Vorteile:

- *Ermöglicht die Erstellung aussagekräftiger und zeitnaher Verbraucher- und Einzelhandelsberichte auf Grundlage eines integrierten Point-of-Sale (iPOS), um POS-Daten aus dem Einzelhandel intelligent mit Herstellerinformationen zu verbinden.*
- *Nutzt Kategoriemanagementstrategien in einem auf Fakten basierenden Verbraucherkontext.*
- *Optimiert Sortiment und Preisgestaltung; gibt schnell Einblick in das Verbraucherverhalten und ermöglicht dessen Analyse; unterstützt zielgenaue Werbeaktionen zur Absatzförderung.*

IBM Middleware-Lösung für das Markenmanagement von Konsumartikeln

Vorteile:

- *Beseitigt mangelnde Kontrolle bei der Erstellung von Inhalten und beim Workflow und ebenso das Problem der Wahrung der Markenkonsistenz in mehreren Kanälen wie den Printmedien und dem Web.*

- *Bietet eine Workflow-, Planungs- und Informationsmanagementumgebung, die den Herstellern von Konsumartikeln die Verwaltung digitaler Markenressourcen und deren Verwendung im Verbund ermöglicht.*
- *Ermöglicht es, eine falsche Verwendung von Markenprofilen und Nachrichten in der öffentlichen Kommunikation zu vermeiden.*

IBM Middleware-Lösung für Produktrisiken und Einhaltung gesetzlicher Vorschriften bei Konsumartikeln

Vorteile:

- *Bietet Funktionen zur Prüfung und Nachverfolgung in Echtzeit im Zusammenhang mit den gesetzlichen Vorschriften zur Deklaration von Umsätzen und Einkommen. Löst das Problem der Konsolidierung von Informationen aus mehreren Geschäftsbereichen sowie der mangelnden Dokumentation von Geschäftsprozessen und fehlender Kontrollen.*
- *Identifiziert zentrale Problemstellen, bevor diese kritisch werden. Ermöglicht den Vertriebs- und Finanzabteilungen die Zusammenarbeit bei der Deklaration der Umsätze und bei der Erstellung komplexer Berichte zu Rabatten im Zusammenhang mit Werbeaktionen.*

IBM bietet eine echte End-to-End-Lösung

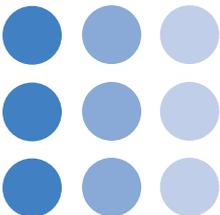
IBM Lösungen zielen nicht nur auf Einzelprodukte ab, sondern gehen über die zentralen Markeninhalte hinaus, um branchenspezifische Middleware, Branchen-Know-how und ISV-Inhalte mit einzubeziehen. Mit Hilfe von IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel können die Hersteller von Konsumartikeln ihre Unternehmensaktivitäten mit IBM Technologie standardisieren, um die IT-Komplexität verringern und die Markteinführung neuer Produkte beschleunigen zu können.

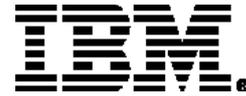
Komponenten von IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel Software

Die IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel beinhalten Produkte der fünf Softwaresparten von IBM.

- *IBM DB2 – Datenbank- und Informationsmanagementlösungen für effektiven Zugriff, Speicherung und Analyse von Daten*
- *IBM Lotus – Erfassen und Umsetzen wichtiger Erkenntnisse und Collaboration in Echtzeit*
- *IBM Rational – anspruchsvolle Software- und Systementwicklungstools*
- *IBM Tivoli – intelligente Managementsoftware für die Speicherung, den Schutz und die Bereitstellung Ihrer Ressourcen*
- *IBM WebSphere – Transaktionsmanagement, Produktinformationsmanagement und Integrationslösungen*

IBM Middleware-Lösungen sind modular aufgebaut und können in Verbindung mit unterschiedlichen Plattformen und traditionellen Systemen, einschließlich des frei verfügbaren, kosteneffizienten Open-Source-Betriebssystems Linux[®], ausgeführt werden.





Services

- *IBM Business Consulting Services*
 - *Geschäftsstrategie*
 - *Integrationservices*
 - *Umstrukturierung von Geschäftsprozessen und Betriebsstrategie*
 - *Komponentengeschäftsmodelle*
- *IBM Software Services*
- *IBM Global Services Business Transformation Outsourcing*

IBM Business Partner verbessern Lösungen für den Konsumartikelbereich

Die IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel bieten eine erstklassige Grundlage für Ihre Lösungen. Die über unser weit reichendes Netz branchenfokussierter ISVs bereitgestellten Anwendungen – in Verbindung mit IBM Consulting-Services und Hardware – vervollständigen die Lösung. IBM Business Partner bieten branchenspezifische Geschäftsanwendungen an, die auf IBM Middleware-Plattformen ausgeführt werden.

Erfolg auf Basis von IBM Technologie und Know-how

Die IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel verbinden das Leistungsspektrum der fünf IBM Softwaremarken mit einem starken Partnerökosystem von Systemintegratoren und ISVs, um die Realisierungszeit zu optimieren und das Risiko zu reduzieren. IBM kann Sie in Ihren Anstrengungen unterstützen, neue Produkte schnell auf den Markt zu bringen, sich neue Einnahmequellen zu erschließen, den Kundenservice zu optimieren und die Kosten zu senken.

Weitere Informationen

Weitere Informationen zu den IBM Middleware-Lösungen für Konsumartikel und andere Lösungen für die Konsumartikelindustrie erhalten Sie von Ihrem Vertriebsbeauftragten oder auf der Website

ibm.com/software/industries/consumerprod

IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Bändliweg 21,
Postfach
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com.

DB2, IBM, das IBM Logo, das On Demand Business Logo, Lotus, Rational, Tivoli und WebSphere sind Marken der International Business Machines Corporation in den Vereinigten Staaten, anderen Ländern oder beidem.

Linux ist eine Marke von Linus Torvalds in den Vereinigten Staaten, anderen Ländern oder beidem.

Andere Firmen-, Produkt- und Servicennamen können Marken oder Servicemarken anderer Hersteller sein.

Jeder IBM Kunde ist selbst für die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben verantwortlich. Es liegt allein in der Verantwortung des Kunden, sich hinsichtlich der Identifizierung und Interpretation relevanter Gesetze und gesetzlicher Vorgaben, die Einfluss auf die Geschäftstätigkeit des Kunden haben können, kompetent juristisch beraten zu lassen, um die Einhaltung der betreffenden Gesetze sicherzustellen. Von IBM wird keine Rechtsberatung angeboten und keine Verpflichtung oder Gewähr für die Gesetzeskonformität von Produkten oder Services übernommen.

Softwareprodukte und Services, die von anderen Herstellern bereitgestellt werden, werden unter den Bedingungen des jeweiligen Herstellers vertrieben oder lizenziert. Produktverfügbarkeit, Garantieleistungen und Unterstützung für die Produkte anderer Hersteller liegen in der direkten Verantwortung der betreffenden Hersteller. IBM übernimmt keine Haftung oder Verpflichtung hinsichtlich der Produkte und Services anderer Hersteller.

Gedruckt in den Vereinigten Staaten von Amerika.
07-04

© Copyright IBM Corporation 2004
Alle Rechte vorbehalten.